

بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری (نمونه موردی: میدانچه جلفا - اصفهان)

آناهیتا حسن پور: کارشناس ارشد معماری، دانشگاه یزد

Anahita_hpr@yahoo.com

سمیه امیدواری: دکتری تخصصی معماری، عضو هیئت علمی دانشگاه علم و هنر یزد

omidvari660@yahoo.com

محمدحسین صدر ارحامی: کارشناس ارشد معماری، دانشگاه یزد

mohamad.sadr69@gmail.com

چکیده

سکونت گاه های شهری قبل از مدرنیسم، فضاهای عمومی مانند میدان های شهری و بازارها، به عنوان عرصه ای جهت ارتباطات اجتماعی بوده اند و در حقیقت مکان های متشکل از فعل و انفعالات اجتماعی تعداد زیادی از مردمانی که این تعاملات را امکان پذیر می ساختند، قلمداد می شده اند بنابراین شرط اساسی برای اینکه یک فضای عمومی، فضای شهری تلقی شود اینست که در آن تعامل و تقابل اجتماعی صورت گیرد. علاوه بر این، فضاهای باز در ایجاد حس اعتماد و اطمینان به مردم کمک می کرده و باعث افزایش حس همبستگی و تعلق در مردم می شوند. در حقیقت این فضاها فراتر از مکانی صرفاً برای حضور منفعلانه هستند. اما اکنون، پیشرفت صنعت، تغییر مقیاس از انسان به ماشین و شتاب زدگی در زندگی موجب شده این فضاها کیفیت تاثیر گذار گذشته را نداشته باشند. با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش های زیادی با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری صورت گرفته است. مقاله حاضر با توجه به سابقه ی تحقیق می کوشد عوامل مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی را در قالب یک مدل تحلیلی ترسیم کند و به منظور مورد پژوهی، با هدف ارتقاء تعاملات اجتماعی و بهبود کیفیت حس تعلق به مکان، نتایج حاصل را در میدان جلفا اصفهان به کار بندد. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که عوامل کالبدی محیط، شخص استفاده کننده و سایر افراد حاضر در محیط، فاکتورهای تاثیرگذار بر میزان کیفیت و کمیت تعاملات اجتماعی می باشد.

کلید واژگان: حس تعلق، مکان، تعاملات اجتماعی

مقدمه

در بررسی رابطه انسان و محیط، شناخت عناصر کالبدی، ویژگی‌های محسوس محیط و معانی و پیام‌های برخاسته از آن حائز اهمیت است. شناخت بهتر محیط زمانی ارزش بیشتری می‌یابد که علاوه بر بررسی عناصر و ویژگی‌های کالبدی محیط، معانی و مفاهیم برخاسته از آن و ادراکات کنشگران نیاز مورد واکاوی قرار گیرد. حس مکان، به معنای دریافت ویژگی‌های معنایی محیط و شخصیت مکان توسط استفاده کنندگان از محیط می‌باشد. حسی که توسط ادراک ذهنی مردم از محیط و دریافت احساسات آگاهانه یا ناآگاهانه آن‌ها از محیط دریافت شده و استفاده کننده را در ارتباطی تنگاتنگ با محیط قرار می‌دهد. حس مکان، موجب ایجاد حس رضایتمندی در استفاده کننده شده و با یادآوری فرهنگ یا تاریخ یک اجتماع و یا تجارب ذهنی گذشته فرد، بر مفهوم هویت تأکید کرده و کیفیت فضای ساخته شده را برای مخاطب ارتقاء می‌بخشد (رضویان و همکاران، ۱۳۹۳).

امروزه ابعاد انسانی فضاهای عمومی بیش از هر زمان دیگر مورد توجه برنامه ریزان و طراحان شهری قرار گرفته و مردم نیز مشتاقانه به حضور و مشارکت در چنین فضاهایی پاسخ مثبت داده اند (Gehl, 2004). اما آنچه این فضاها را به لحاظ اجتماعی فعال میسازد، در درجه اول عوامل کالبدیست که بتواند زمینه ساز ورود و سپس توقف افراد درون فضا باشد که در این باره می‌توان به عواملی چون: دسترسی ها، جاذبه های بصری، عوامل طبیعی و بسیاری عوامل دیگر از این دست اشاره نمود. اما آنچه بیش از ابعاد کالبدی در حضور و تعامل اجتماعی افراد موثر است، پیش بینی و خلق رویدادهای اجتماعی است که در عین ایجاد فرصت های مشارکت در فعالیت های اجتماعی، میتواند زمینه ساز ارتقای حس تعلق به مکان نیز باشد (Lennard, 1984). بنابراین خلق یک فضای عمومی موفق، بهره گیری از توان های اجتماعی آن و ارتقای فرصت های مشارکت در حیات جمعی، مستلزم شناخت فضا و ابعاد مختلف آن و نگاهی چند جانبه از سوی طراحان و برنامه ریزان شهری در این رابطه است (دانشپور، سید عبدالهادی، چرخچیان، مریم، ۱۳۸۶، ص ۲۰).

تعلق مکان به عنوان پیوندی مؤثر که مردم با قرارگاه های مکانی برقرار می‌کنند تعریف می‌شود، جایی که آن‌ها تمایل به ماندن دارند و جایی که آن‌ها احساس راحتی و امنیت دارند. توان مکان را فضایی تعریف می‌کند که معنادار شده است؛ آنچه که به عنوان فضای نامتمایز است، هنگامی که آن را بهتر بشناسیم و به آن ارزش عطا کنیم، به مکان تبدیل می‌شود. تعلق به کار رفته در این زمینه می‌تواند به عنوان رابطه ای عاطفی بین مردم و چشم انداز تعریف شود، که فراتر از شناخت، رجحان یا قضاوت می‌رود. احساس تعلق مفهومی است که در مرحله توصیف، به ابعاد و عوامل تشکیل دهنده آن قابل تجزیه است، اما در مرحله ادراک، درکی کلی از محبت و عاطفه نسبت به مکان است که شاید حتی برای شخص قابل وصف و بیان نباشد. تعلق مکان پیوندی است بین یک فرد یا گروه و مکان، که بر اساس سطح فضایی، درجه اختصاصی بودن، و ویژگی های اجتماعی یا کالبدی مکان، متغیر است و از طریق احساس، شناخت، و فرایندهای روانشناسانه رفتاری، آشکار می‌گردد (سیاوش پور و همکاران، ۱۳۹۳).

روش تحقیق:

این پژوهش، به روش توصیفی تحلیلی انجام شده و منابع گردآوری اطلاعات در آن عبارت اند از: منابع کتابخانه ای (مبانی نظری)، منابع انسانی (شهروندان) و منابع کالبدی فضایی (مشاهده) که جهت این امر از تکنیک مشاهده برنامه ریزی شده غیر مشارکتی استفاده شده است.

سابقه تحقیق

قنبران و جعفری (۱۳۹۳) در تحقیق خود عوامل مؤثر بر شکل گیری تعاملات اجتماعی را قلمرو، ازدحام، خلوت، حس تعلق، امنیت اجتماعی-محیطی، حس مکان، اجتماع پذیری فضا، اعتماد اجتماعی، مشارکتی بودن فضا، مراسم مذهبی، طبقه اجتماعی و پایگاه اقتصادی، وجود انواع فضاهای عمومی و پاتوق در محله، فاصله دسترسی و نوع و میزان مراجعه ساکنین از منابع مختلف میدانند و این مولفه ها را در سه دسته اصلی "ساختار اجتماعی-سیاسی شهر"، "ساختار کالبدی-فضایی" و "عامل روانی-اجتماعی" استفاده کنندگان از فضا، تقسیم بندی کرده اند. رفیعیان و خدائی (۱۳۸۸) در تحقیقی در شهر تهران با شناسایی متغیرهای اثر گذار بر رضایت مندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری، سه متغیر دسترسی به خدمات، امنیت اجتماعی و هویت مکانی را از اثر گذارترین عوامل در رضایت مندی شهروندان از فضاهای عمومی معرفی می‌کند. دانشپور و چرخچیان (۱۳۸۶) در تحقیق خود فرآیند اجتماع پذیری و ارتقاء حیات جمعی درون فضاهای عمومی را مبتنی بر پذیرا بودن فضا برای افراد و گروه های مختلف اجتماعی، تامین آسایش روانی و فیزیکی، لذت بردن افراد و گروه های اجتماعی از حضور در فضا و حضور اجتماعی فعال و مداوم در فضا دانسته اند. ترابی (۱۳۹۱) تاثیر ویژگی های کالبدی فضای باز عمومی در افزایش تعاملات و رفتار اجتماعی، سه عامل جذابیت و زیبایی، امنیت و آرامش و دسترسی و سلسله مراتب را بر افزایش تعاملات اجتماعی تاثیر گذار دانسته است.

تعامل تجربه های اجتماعی و ویژگی قرارگاه های رفتاری، موضوع مهمی در بحث تعامل اجتماعی است. به طور کلی همجواری، تجانس، تراکم، موقعیت و هدف، عوامل اولیه و اصلی در ایجاد تعامل میان افراد هستند (مان، ۱۳۶۳: ۴۰). یکی دیگر از عوامل محیطی مؤثر بر تعامل اجتماعی، تعداد افراد موجود برای تماس در یک محدوده فضایی است. مجاورت فضایی از مهم ترین تعیین کننده های روابط آنی افراد است، ولی حضور عده ای زیاد در فضایی بسیار کوچک می‌تواند منجر به ادراک روانشناختی ازدحام شود (آلتن، ۱۳۸۲: ۱۵۰).

مبانی نظری

تعامل اجتماعی

تعامل اجتماعی به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر است که منجر به واکنشی میان آنها می‌شود و این نوع واکنش برای هر دو نفر شناخته شده است. بنابراین روابط بدون معنا در زمره ی این تعریف قرار نمی‌گیرد. البته تعاریف دیگری نیز برای تعاملات اجتماعی وجود دارد. به عنوان نمونه تعاملات اجتماعی و برقراری ارتباط می‌تواند یک موضوع فیزیکی، یک نگاه، یک مکالمه و ارتباط بین افراد باشد که مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت های متناسب و در نتیجه نقش پذیری مردم در فضا و عضویت آنها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶: ۲۳).

تعاملات متقابل و رو در رو، شالوده اصلی همه شکل‌های کنش متقابل اجتماعی است. کنش متقابل روزمره به روابط و مناسبات ظریف میان آنچه در قالب کلمات بیان می‌کنیم و آنچه از طریق صور پرشمار ارتباط غیر کلامی به دیگران انتقال می‌دهیم، بستگی دارد. بنابراین به طور کلی انواع مختلف کنش های متقابل اجتماعی را می‌توان به دو دسته ارتباطات کلامی و ارتباطات غیر کلامی (یا زبان بدن) تقسیم نمود (گیدنز، ۱۳۹۰: ۱۲۰). گافمن در دسته بندی متفاوت دیگری دو نوع

کنش اجتماعی را شناسایی می نماید. معیارهای دسته بندی وی سطح توجه افراد دخیل در کنش اجتماعی به رفتار و حالات یکدیگر است. دسته نخست، کنش متقابل غیر کانونی زمانی رخ می دهد که افراد، اطلاع از حضور یکدیگر را به نمایش می گذارند. در این حالت مردم پیوسته در حال برقراری ارتباطات غیر کلامی از طریق اداها و حالات چهره هشان هستند. اما کنش متقابل کانونی هنگامی رخ می دهد که افراد مستقیماً به آنچه دیگران می گویند یا انجام می دهند، توجه داشته باشند. گافمن هر نوع کنش متقابل کانونی را یک مراد می داند که حاکی از کنار گذاشتن بی اعتنایی مدنی است و بخش بزرگی از زندگی روزانه ما را تشکیل می دهند (گیدنز، Newman, ۱۳۹۰: ۲۰۵) مراد ما از تعامل اجتماعی در این نوشتار، کنش متقابل کانونی است.

قرارگاه رفتاری یا مکان - رفتار

با توجه به مطالعات انجام شده که به آن ها اشاره رفت، صاحب نظران مولفه های مختلفی را در راستای ایجاد تعامل اجتماعی نام برده اند. به منظور ارائه ی یک دسته بندی کلی ابتدا لازم است مشخص کنیم چه فضایی در شهر می تواند بستر مناسبی برای تعاملات اجتماعی قرار گیرد. قرارگاه رفتاری یا مکان - رفتاری، عنصری برای تحلیل محیط است و وابستگی دو مفهوم مکان و فعالیت را توضیح می دهد. در قرارگاه رفتاری، رابطه ای سازگار میان دو عنصر رفتار و مکان وجود دارد که (همساختی) نامیده می شود. همساختی بدین معناست که بدون مرتبط ساختن محیط کالبدی و رفتار انسان، یک مکان، رفتار تشکیل نخواهد شد. فضاهای شهری باید به گونه ای باشند که مناسب با گروه های سنی و جنسی مختلف، نیازها و رفتارهای آن ها باشند و همساختی بین محیط کالبدی و رفتار ایجاد گردد (فلاح و کلامی ۱۳۸۷: ۸۸). کارمونا بر این باور است که فضاهای عمومی شهری، مکان ها و محیط های اجتماعی هستند که به عنوان سربانی برای رفتار و نمایش زمینه ای مشترک و خنثی برای تعامل اجتماعی اختلاط و ارتباط و مرحله ای برای معرفت اجتماعی، پیشرفت شخصی و تبادل اطلاعات عمل می کند. (کارمونا و همکاران ۲۰۰۳: ۲۱۹-۲۲۱). در واقع فضاهای عمومی با دارا بودن ظرفیت های بالقوه در مرحله نخست این فرصت برابر را جهت ایجاد و برقراری کنش های اجتماعی (ولو شکننده و ناپایدار) در اختیار کلیه شهروندان قرار می دهند. در مرحله بعد پس از «انعقاد» اولیه تعامل اجتماعی، تفاوت های موجود در سطوح اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی که پدیدآورنده الگوهای رفتاری متنوع است؛ خود زمینه ساز ایجاد روابط اجتماعی منسجم و پایدار خواهند شد (قنبران، ۱۳۹۰: ۲۰۴).

مکان سوم

مکان سوم اشاره به محیط اجتماعی جدای از دو فضای اجتماعی معمول یعنی خانه و محل کار دارد. در واقع می توان کل فضاهای قابل استفاده انسان را به سه گروه: فضای سکونت (مکان اول)، فضای کار (مکان دوم) و فضای تفریح و اوقات فراغت (مکان سوم) تقسیم بندی نمود. مکان های سوم به خوبی مورد استفاده قرار گرفته و اغلب دارای ظاهر ساده ای هستند.

مهم ترین ویژگی های مکان سوم در شهر

۱- بر بستری خنثی شکل می گیرد

بایستی مکان هایی وجود داشته باشد که افراد بتوانند به دلخواه خود بیایند و بروند و هیچکدام نقش میزبان نداشته باشند؛ در همان حال، همه احساس راحتی و در خانه بودن بکنند. اگر چنین بستر خنثایی در دسترس باشد، امکان شکل گیری ارتباط های غیررسمی و صمیمی بیش تر بین مردم نسبت به خانه، افزایش خواهد یافت (کارمونا و تیزدل، ۱۳۹۰: ۲۷۲).

۲- یک همسطح کننده است

در این مکان، هرکسی با توجه به درجه یا نظم خاصی طبقه بندی نمی شود. یک بستر خنثی که افراد با یکدیگر به دور از طبقه و درجه ای که قبلاً آن ها را از هم جدا می کرد، آشنا می شوند. مکانی که همسطح کننده باشد، ماهیتاً شمول گرا نیز هست. یعنی برای عموم بوده و مؤلفه رسمی ای برای عضویت یا انحصارگرایی ندارد. در مکان های سوم، جذابیت ها و ذائقه های شخصی افراد است که اهمیت دارد و موقعیت وی در زندگی، دیگر اهمیت خود را از دست داده است. زیمل تأکید می کند، این شرایط منحصر به فرد، دموکراتیک ترین تجربه های یک انسان محسوب می شود (همان: ۲۷۳ و ۲۷۴).

۳- مکالمه به عنوان فعالیت اصلی

بستر خنثی مکان را ایجاد می کند و همسطح کننده، صحنه را برای فعالیت های اصلی و پایدار در همه زمان های سوم تنظیم می کند. آن فعالیت اصلی، مکالمه است. بهترین مشخصه یک مکان سوم این است که صحبت کردن در آن ها خوب است. با مقایسه فرهنگ ها، می بینیم که محبوبیت مکالمه در یک جامعه، به محبوبیت مکان های سوم مرتبط است (همان: ۲۷۴ و ۲۷۵).

۴- در دسترس بودن و دست یابی به آسایش

مردم می توانند در هر ساعت از شبانه روز تنها به آن جا بروند. با این اطمینان که حتماً آشنایی را در آن جا خواهند دید. این مکان ها، گواه پیوند میان انسان ها هستند. جامعه شناسی به نام فیلیپ استیبلر می گوید: "هنگامی که فرد بتواند هر روز به یک جایی برود و بسیاری از کسانی را که می شناسد ملاقات کند، می توانیم بگوییم که زندگی اجتماعی وجود دارد" راحتی، برای کسی که بخواهد به ملاقات مکان سوم برود، هم زمان و هم موقعیت دسترسی را در برمی گیرد. (همان، ۲۷۷).

۵- مشتری های ثابت

این مشتری های ثابت هستند که بر مکان های سوم حکومت می کنند ولی تعداد آن ها اهمیت ندارد. این افراد در آن مکان احساس "در خانه بودن" را دارند و حس سرزندگی را ایجاد می کنند (همان).

۶- ظاهر ساده

مکان سوم به عنوان یک ساختار کالبدی، معمولاً ساده است. اکثر مکان های سوم ظاهر تأثیرگذاری ندارند. (همان)

۷- خانه ای دور از خانه

تعریف خانه به عنوان یک "محیط دوست داشتنی" بیشتر متناسب با اغلب مکان های سوم است. به طور کلی مکان سوم، چیزی است که یک خانه نیست، ولی با این وجود تشابه هایی میان آن ها وجود دارد که امکان مقایسه را ایجاد می کند (همان: ۲۸۰). هم چنین از نر اولدنبرگ، کیفیات اصلی مکان های سوم

که می‌تواند به عنوان کیفیات اصلی قلمروی فضاهای عمومی نیز شناخته شود، عبارتند از:
- خنثی بودن (به این مفهوم که افراد بتوانند در هر زمانی که بخواهند به فضا آمد و شد کنند).

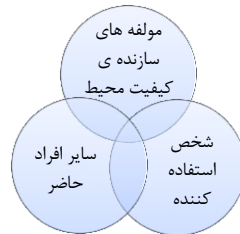
- دعوت کننده و قابل دسترس بودن

- باز بودن در طول ساعات اداری و خارج از آن

- وجود حال و هوای بازی و تفریح در فضا

- تأمین آسایش و حمایت افراد از نظر روانی

- امکان ایجاد فضای خاص سیاسی بین مردم به شکل پایدار و با شکوه (این ویژگی به همپوشانی بین مکان های سوم و فضای باز دموکراتیک اشاره دارد (کارمونا و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۱۷).



شکل شماره ۱: عوامل موثر در تعاملات اجتماعی - ماخذ نگارندگان

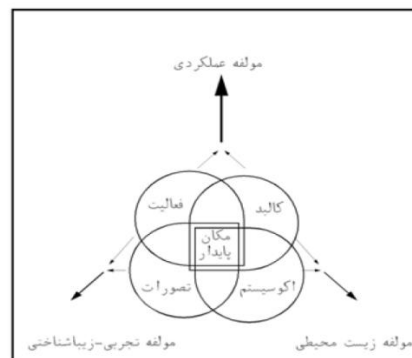
تحلیل یافته ها

در قسمت مبانی نظری بیان شد که مقصود ما از تعامل اجتماعی در این نوشتار، کنش متقابل کانونی است. کنش متقابل کانونی هنگامی رخ می دهد که افراد مستقیماً به آنچه دیگران می‌گویند یا انجام می‌دهند، توجه داشته باشند. گافمن هر نوع کنش متقابل کانونی را یک مرادوه میدانند که حاکی از کنار گذاشتن بی‌اعتنایی مدنی است و بخش بزرگی از زندگی روزانه ما را تشکیل می‌دهند (گیدنز، Newman, ۲۰۵:۱۳۹۰). این کنش متقابل کانونی در قرارگاه های رفتاری اتفاق می افتد، جایی که محیط کالبدی و رفتار انسان، یک مکان- رفتار را تشکیل دهد. فضاهای شهری باید به گونه ای باشند که مناسب با گروه های سنی و جنسی مختلف، نیازها و رفتارهای آن ها باشند و همساختی بین محیط کالبدی و رفتار ایجاد گردد (فلاحت و کلامی ۱۳۸۷: ۸۸). علاوه بر عوامل سازنده ی کیفیت محیط و رفتار انسان، صاحب نظران در زمینه ی تعاملات اجتماعی بر این باورند که بیش از هر عامل دیگری، حضور سایر افراد در فضاست که مردم را به خود جذب میکند (جعفری و قنبران، ۱۳۹۳: ۶۱).

❖ مؤلفه های سازنده ی کیفیت محیط

نظرات و مدل های گوناگونی در خصوص ارزیابی کیفیت فضاهای شهری ارائه شده است که از مهم ترین آن ها می توان به مدل دانلد اپلیارد (حالت های ادراکی انسانی)، جان لنگ (نیازهای انسانی)، دیوید کانتر (مؤلفه های مکان) و کوروش گلکار (مکان پایدار) اشاره کرد. مدل اپلیارد مؤلفه های کیفیت فضاهای شهری را بر اساس پاسخگویی به حالات ادراک مختلف انسان سازماندهی کرده است. مدل لنگ با اقتباس از نظریه سلسله مراتب نیازهای «آبرام مازلو» تدوین شده است و کانتر در مدل خود، محیط شهری را به مثابه یک «مکان» متشکل از سه بعد در هم تنیده «کالبد»، «فعالیتها» و «تصورات» ارائه کرده است. در یک نگاه کلی می توان گفت هر سه مدل دربرگیرنده مؤلفه های کیفیت محیط شهری است؛ اما در این میان گلکار با استفاده از مدل «مکان» و ابعاد سه گانه کانتر، و علاوه بر آن، با در نظر گرفتن ضعف های مدل «مکان» کانتر، مدل جدیدی از کیفیت مکانی را با توجه به معیارهای مسائل زیست محیطی و بوم شناسی ارائه داد. بر این اساس، پژوهش گلکار روایت جدیدی از مدل مکان را با عنوان مدل «مکان پایدار» پیشنهاد نمود که افزون بر سه بعد «کالبد»، «فعالیت» و «تصورات» در مدل پیشنهادی «کانتر»، بعد جدیدی با عنوان «اکوسیستم» را نیز به ابعاد گوناگون «مکان» افزود. بنابراین وی از ترکیب این وجوه چهارگانه طراحی محیط، به استنتاج سه مؤلفه کیفیت محیط شهری می‌رسد: «کیفیت عملکردی»، «کیفیت تجربی-زیباشناختی» و «کیفیت زیست محیطی» (روشندل، تکتیم، ۱۳۸۵، ص ۸۲).

با الگو قرار دادن مدل «مکان پایدار» گلکار، ابعاد کیفیت محیط فضاهای شهری عبارتند: از بعد کالبد (آن دسته از شاخص هایی که به صورت ظاهری مطرح بوده و با استخوان بندی و نمای فضا سر و کار دارد)، زیست محیطی (جنبه های اکوسیستم محیط و یا فضاهای شهری است که به پایداری بیشتر فضا کمک شایانی می کند)، بعد عملکردی (این وجه از فضاهای شهری منوط به برآوردن نیازهای متفاوت و متنوع شهروندان با فضای موجود است) و بعد ادراکی-معنایی (برگرفته از شاخص های معنادار و ادراکی انسان) (همان).



شکل شماره ۲: مدل مکان پایدار

مآخذ: کوروش گلکار، نشریه علمی پژوهشی صفا، شماره ۳۲ صفحه ۳۳

❖ شخص استفاده کننده

رفتار انسانی برآیندی از انگیزه ها و نیازهای فرد، قابلیت محیط، تصویر ذهنی فرد از دنیای خارج ناشی از ادراک او و معنایی که این تصویر برای او دارد، می باشد (لنگ، ۱۳۸۳: ۹۷). رفتار از آنجایی که با گذر از "محیط روانی" انسان شکل می گیرد، به شدت تحت تاثیر فرهنگ و اجتماع می باشد (پاکزاد ۱۳۸۵: ۵۱).

❖ سایر افراد حاضر

رفتارهای جمعی شکلی از فعالیت است که بدون وجود دیگران ناقص می ماند، به طور مثال برای شکل گیری یک گفتگو الزاما نیاز به وجود حداقل دو نفر هست (همان، ۴۹). همچنین عامل امنیت اجتماعی یکی از مواردی است که به سایر افراد حاضر در مکان بستگی دارد.

نمونه موردی محله جلفا

این محور از خیابان توحید و کوچه نمازخانه مریم شروع شده و به میدان جلفا رسیده از خیابان حکیم نظامی گذر کرده وارد خیابان خاقانی، کوچه چهارسوق شده و به محور مادی های شایخ و نایب رسیده، داخل کوچه سنگتراش ها و تبریزی ها می شود این محور به علت عناصر تشکیل دهنده اش که حائز اهمیت می باشد ارزش تاریخی-فرهنگی فراوانی دارد و از توان بالقوه جذب گردشگر برخوردار می باشد.

پیوستگی فضاهای عمومی شهری

مجموعه فضاهای ارتباط دهنده در شهر شامل گذرهای اصلی و میدان ها می باشند که عناصر متعددی را در شهرها به هم پیوند می دهند که غالبا فضاهای دارای خصوصیت مقاومت و پویایی هستند. میدان ها و میدانچه ها در غالب فضاهای ثابت و مقاوم و همچنین گذرهای اتصال دهنده این میدان ها به یکدیگر به عنوان فضای پویا در شهرها نام برده می شود. وجود میدانچه ها و عرصه های عمومی شهری در طول محورهای درون محلی باعث ایجاد ارتباط بیشتر و همچنین پیوستگی در فضاهای می شود. این امر عاملی مؤثر در تقویت فضاهای شهری است و به نوعی می توان گفت که پیوستگی فضاهای شهری در هویت محدوده و شاخص کردن آن تاثیر به سزایی دارد (توسلی، ۱۳۷۶: ۶۲).

استخوان بندی محله جلفا

عناصر هویت بخش باید دارای ویژگی های پیوستگی و یکنواختی باشد و نقاط مشترکی بین گروه ها و نسل های مختلف ایجاد کند. در محله جلفا وجود میدانچه های محله ای، همچنین گذرهای بین آن به نوعی نشان دهنده اصل پیوستگی در فضا و وجود فضاهای متباین در طول مسیر شده است. (نوفل، سیدعلیرضا، کلبادی، پارین و محمدرضا پورجعفر، ۱۳۸۸).



شکل شماره ۳: استخوان بندی محله جلفا- ماخذ: (نوفل، سیدعلیرضا، کلبادی، پارین و محمدرضا پورجعفر، ۱۳۸۸)

میدان جلفا از سمت شمال به خیابان نظر، از شرق به خیابان توحید، از غرب به کوچه ی کلیسا وانک و از جنوب به کوچه های خیابان مهرداد (شهید قندی) منتهی می شود.



شکل شماره ۴: میدانچه جلفا

جدول شماره ۱: تحلیل عوامل کیفیت ساز محیط در میدان جلفا

مشاهدات میدانی	تصاویر	عوامل مورد بررسی	مولفه
در میدان تناسب جداره (۴ متر) به عرض میدان (۲۱ متر) کیفیت فضایی خاصی را به وجود آورده، فضایی که در عین محصور بودن، مقیاس انسانی دارد		مقیاس انسانی	کالبد و ساختار
جهت یابی میدان با توجه به وجود عناصر نشانه مانند کلیسای بیت لحم مناسب است .		خوانایی و جهت یابی آسان	کالبد و ساختار
نسبت مناسب جداره ها به عرض میدان ضمن ایجاد محصوریت مناسب، اجازه ورود نور خورشید را به طور مناسب به داخل میدان میدهد. درختان واقع در قسمت غربی میدان از نوع درختان سرو هستند که مانع از نفوذ نور غربی به داخل میدان می شوند.		نورگیری مناسب	کالبد و ساختار
خط آسمان به خوبی رعایت شده و تنها عناصر نشانه آن را قطع کرده اند		خط آسمان	کالبد و ساختار
سکوهای ایجاد شده توسط پله ها در وسط میدان مکان مناسبی برای نشستن است اما به مبلمان شهری بیشتری نیاز است		چیدمان فضایی	فعالیت

ماخذ: نگارندگان

جدول شماره ۲: تحلیل عوامل کیفیت ساز محیط در میدان جلفا

مشاهدات میدانی	تصاویر	عوامل مورد بررسی	مولفه
<p>مراسم های آیینی آرامنه در این میدان اتفاق می افتد، همچنین نمایشهای زنده و در برخی مواقع اجرای زنده موسیقی باعث سرزندگی این میدان شده</p>		چند عملکردی بودن	فعالیت
<p>پیاده محوری در کوچه های منتهی به میدان به خوبی رعایت شده.</p>		اولویت پیاده	فعالیت
<p>کلیسا عنصری نشانه برای آرامنه استفاده کننده از میدان</p>		نشانه	تصویرات
<p>نسبت مناسب جداره ها به عرض میدان ضمن ایجاد محصوریت مناسب، اجازه ورود نور خورشید را به طور مناسب به داخل میدان میدهد، همچنین در تابستان، لبه ها با ایجاد سایه فضای مناسبی برای نشستن ایجاد می کنند</p>		نور و سایه	اکوسیستم

ماخذ: نگارندگان



مسیر سواره

محل تجمع و پیاده راه



شکل شماره ۵: تحلیل عوامل کیفیت ساز محیط در میدان جلفا- ماخذ: نگارندگان

نتیجه گیری

فضای عمومی عرصه اصلی زندگی اجتماعی در شهر است. هرچند با وجود نهادهایی چون کتابخانه، موزه، نمایشگاه و مدرسه، و با گسترش وسایط ارتباط جمعی، از کتاب و مطبوعات تا رادیو و تلویزیون و اینترنت، زندگی اجتماعی شهری دیگر به باغ و خیابان و میدان محدود نمی شود، ولی نیاز آدمیزادگان کماکان همانست که در همه ی تاریخ و در همه ی جوامع بشری تداوم داشته: که چشم در چشم هم داشته باشند، از وجود همدیگر آگاه باشند، از همدیگر با یکدیگر لذت یابند، و از همکاری با هم بهره برند. فضای عمومی شهری، در طیف وسیع و به معنای اعم، سنگ زیرین تمام عرصه های پیچیده تر اجتماعی است، چرا که بدون راحتی رفت و آمد، حضور بلامانع در شهر، و توانایی مشارکت در عرصه های مختلف، هیچ یک از عملکردهای جامعه شهری میسر نخواهد بود. از این رو، کیفیت فضای عمومی شهرها رابطه ای مستقیم با سلامت جامعه شهری دارد. شهرها از فضاهای مختلفی تشکیل می شوند که هر کدام از آنها برای حمایت و تسهیل برخی از فعالیت های فردی و اجتماعی و ایجاد معانی که شهروندان به آن نیاز دارند شکل می گیرند با توجه به اینکه هر فعالیت به فضای با ویژگی خاص یا قرارگاه رفتاری مناسب نیاز دارد در صورت عدم وجود فضایی مناسب کیفیت بروز نوع فعالیت ها دچار مشکل شده و در نهایت موجودیت شهر از جنبه های مختلف اجتماعی فرهنگی و هویتی با اختلال روبرو خواهد شد از این رو بررسی نیازهای انسانی تامین و ارتقای کیفیت فضاهای مورد نیاز فعالیت های مختلف شهروندان مسئله مهم و قابل توجه برای طراحان و برنامه ریزان شهری است. ایران از نظر کالبدی دارای ویژگیهای مشابه هستند در بسیاری از آنها ساختار کهنه شهر با توسعه شهر و استفاده هرچه بیشتر از اتومبیل از هم پاشیده شده و ساختار جدید شکلی نامتعادل در حوزه های مختلف توسعه پیدا کرده است. از سوی دیگر عدم تعادل در جنبه های اجتماعی و مراکز تجمع شهر موجب بروز مشکلات اجتماعی شده است. که یکی از آنها کمبود فضای مناسب برای گذراندن اوقات فراغت مردم به ویژه جوانان است. بررسی فضا های اجتماعی و پیشنهاد راهکارهایی برای ارتقای کیفیت این گونه فضاها موجود در بافت شهری می تواند مشکلات موجود را کاهش دهد.

سه عامل رفتار انسانی، عوامل سازنده ی کیفیت محیط، و سایر افراد حاضر در مکان تعاملی، بر میزان کمیت و کیفیت تعامل اجتماعی تاثیرگذار هستند. در میان این سه عامل، مولفه های سازنده ی کیفیت محیط، قابلیت تغییر و بهبود به صورت مستقیم را دارا می باشد، لذا جهت بهبود کیفیت و کمیت تعاملات اجتماعی، می توان عوامل سازنده ی کیفیت مکان های تعاملی را بهبود بخشید. میدان جلفای اصفهان، که به عنوان یک فضای تعاملی مطلوب مطرح است، توسط کیفیت های مطرح شده در جدول زیر مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول شماره ۳: عوامل کیفیت ساز در میدانچه جلفا

کالبد	مقیاس انسانی- خوانایی و جهت یابی آسان- مشخص بودن ورودی ها- نورگیری مناسب- دید و منظر- خط آسمان- امنیت و آرامش- جذابیت و زیبایی- سلسله مراتب- قلمرو
فعالیت	چیدمان فضایی- چند عملکردی بودن- اولویت پیاده- همسازی با اقلیم- قابل مشاهده و در دسترس بودن- تفکیک مناسب گروههای سنی- امنیت و آرامش
تصورات	نشانه ها- هویت- رنگ- عدم وجود صدای مزاحم- حس مکان- امنیت و آرامش
اکوسیستم	فاصله و جهت گیری- باد نامطلوب- جذب نور- سایبان

ماخذ: نگارندگان

پیشنهادات:

در راستای ارتقای هرچه بیشتر کیفیت های مکانی میدان جلفا، راهکارهای زیر قابل تامل است:

- از بین بردن اغتشاشات بصری
- حفظ و تقویت پاتوق ها
- تقویت فعالیت های هنری و نمایشی در میدان
- ساماندهی کاربری های اوقات فراغت
- تقویت کاربری ها و ایجاد فعالیت هایی برای کودکان
- افزایش قابلیت مشارکت در محیط
- تنوع در انواع کاربری ها به گونه ای که گروه های مختلف سنی و اجتماعی را جذب کند
- حفظ و تقویت کارکردهایی که متناسب با تصویر ذهنی شهروندان از آن فضا باشد
- لذت بردن افراد و گروه های اجتماعی از حضور در فضا

منابع و مآخذ

- ۱- رضویان، محمدتقی؛ شمس پویا، محمدکاظم؛ ملاتبارلهی، عبدالله. (۱۳۹۳). کیفیت محیط کالبدی و حس مکان (مورد شناسی): دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تهران، نشریه جغرافیا و آمایش شهری- منطقه ای، شماره ۱۰.
- ۲- سیاوش پور، بهرام و همکاران. (۱۳۹۳). ابعاد تشکیل دهنده حس تعلق به مکان، با تأکید بر عوامل کالبدی، اجتماعی و احساسی (ادراک و شناخت). ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مولفه‌های شهر اسلامی، مشهد مقدس.
- ۳- رفیعیان، مجتبی؛ خدائی، زهرا. (۱۳۸۸). بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایتمندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری. نشریه راهبرد، شماره ۵۳، سال هجدهم صص ۲۲۷-۲۴۸.
- ۴- دانشپور، سید عبدالهادی؛ چرخچیان، مریم. (۱۳۸۶). فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی. نشریه باغ نظر، شماره ۷، صص. ۱۹-۲۸.
- ۵- ترابی، محمد. (۱۳۹۱). طراحی محله بر اساس تأثیر ویژگی‌های کالبدی فضای باز عمومی در افزایش تعاملات و رفتار اجتماعی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی. دانشکده مهندسی معماری و شهرسازی.
- ۶- مان، نرمال. (۱۳۶۴). اصول روانشناسی، ترجمه محمود ساعتچی، جلد ۱ و ۲، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ۷- لنگ، جان. (۱۳۸۳). آفرینش نظریه معماری (نقش علوم رفتاری در طراحی محیط). ترجمه: علیرضا عین یفر. تهران: دانشگاه تهران.
- ۸- گل، یان. (۱۳۸۷). زندگی در فضای میان ساختمان‌ها، ترجمه: شیما شصتی. چاپ اول، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- ۹- گل، یان. (۱۳۸۹). فضاهای عمومی و زندگی جمعی. ترجمه: علی غفاری و صادق سهیلی پور، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۱۰- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). جامعه شناسی. ترجمه: منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- ۱۱- فلاحت، محمدصادق و مریم کلامی. (۱۳۸۷). تأثیر فضاهای باز شهری بر کیفیت گذران اوقات فراغت شهروندان. نشریه مدیریت شهری، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۸۵-۹۷.
- ۱۲- کارمونا، متیو. (۱۳۹۱). مکان‌های عمومی فضاهای شهری ابعاد گوناگون طراحی شهری. مترجم: فریبا قرانی. چاپ دوم، تهران: نشر دانشگاه هنر تهران.
- ۱۳- جعفری، مرضیه و عبدالحمید قنبران. (۱۳۹۳). ارائه مدل تحلیلی مؤثر بر ارتقاء تعاملات اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی نمونه موردی: محله درکه_ تهران. اولین کنگره بین المللی افق‌های جدید در معماری و شهرسازی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس دانشکده هنر و معماری.
- ۱۴- کارمونا، متیو، و تیزدل، استیو. (۱۳۹۰). خوانش مفاهیم طراحی شهری. آذرخش، تهران.
- ۱۵- روشندل، تکتیم؛ سلطانی فرد، هادی؛ عباس زاده، شهاب و سلمانی مقدم، محمد. (۱۳۹۵). واکاوی ابعاد کیفیت محیطی تأثیرگذار بر حضور پذیری فضاهای تجاری (نمونه موردی خیابان تجاری راهنمایی مشهد)، مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه ای، سال هشتم، شماره بیست و هشتم، صفحه ۸۲، بهار.
- ۱۶- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۵). مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری. تهران: انتشارات شهیدی.
- ۱۷- توسلی، محمود. (۱۳۷۶). اصول و روش‌های طراحی شهری و فضاهای مسکونی در ایران. جلد اول، چاپ چهارم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- ۱۸- نوفل، سیدعلیرضا؛ کلبادی، پارین و پورجعفر، محمدرضا. (۱۳۸۸). بررسی و ارزیابی شاخص‌های مؤثر در هویت شهری (نمونه موردی محله جلفا در شهر اصفهان). نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر، دوره ۲، شماره ۳، صص ۵۷-۶۹.
- ۱۹- مدنی پور، علی. (۱۳۸۷). طراحی فضای شهری نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی. ترجمه: فرهاد مرتضایی، تهران: انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری.
- ۲۰- گلکار، کوروش. (۱۳۸۲). از تولد تا بلوغ طراحی شهری. مجله صفا، شماره ۳۶، صص ۳۸-۶۵.

21- Gehl, Jan & Lars, Gemzoe. 2004. "Public Spaces, Public Life": The Danish Architectural Press

22- Lennard & Lennard. Public life in urban places: Godlier, Southampton, 1984